

迪思传媒



- **公司网址:** <https://www.dsconsulting.com/>
- **微信公众号:** 迪思DS
- **参选类别:** 年度数字营销影响力代理公司



迪思传媒集团致力于成为全球领先的全链路营销服务机构

27年

锐意进取

9家

分支机构

800+

客户伙伴

TOP 24

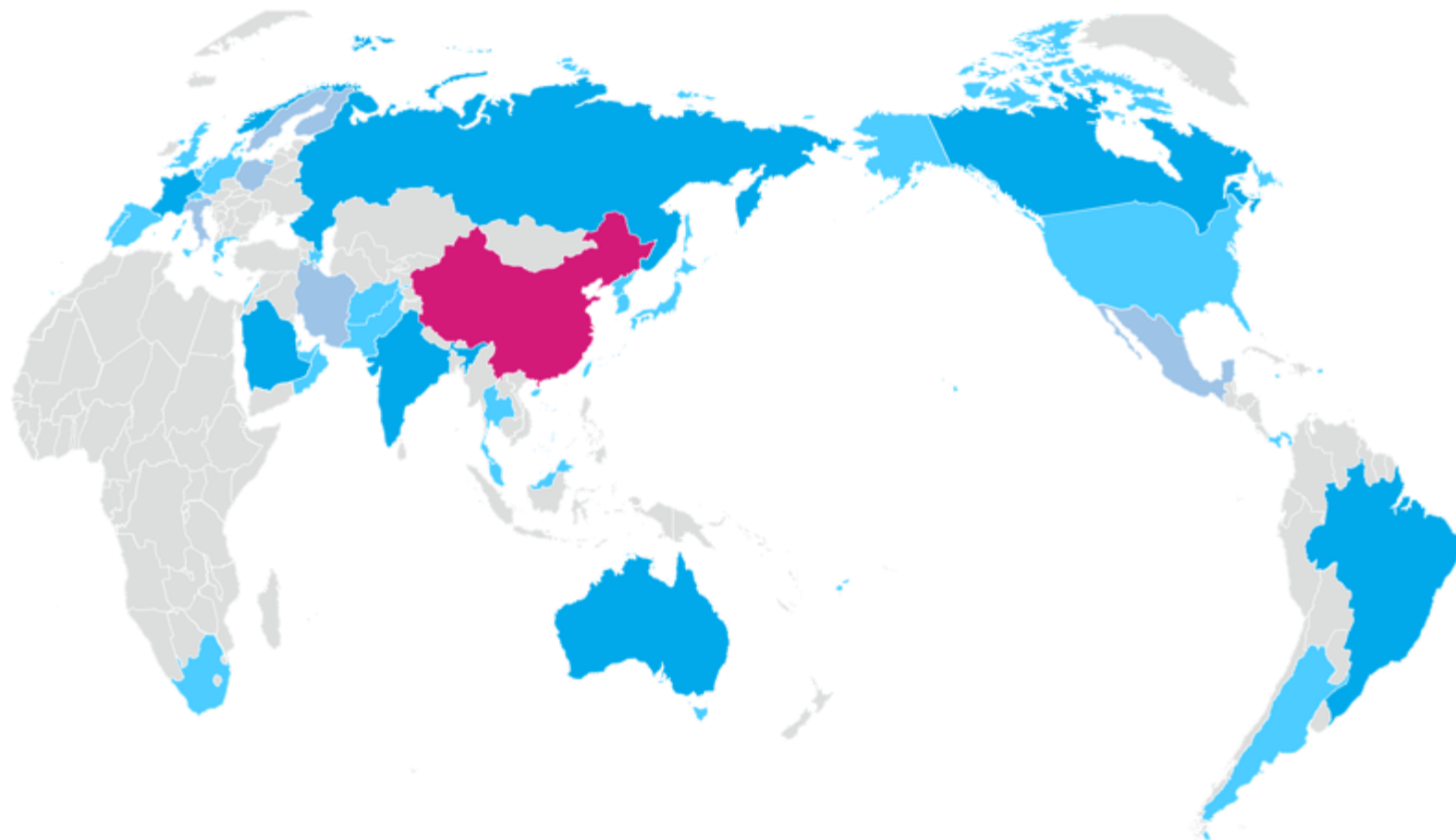
2022起在PRovoke
全球公关公司排名

10亿+CNY

连续三年
年营业额超过10亿元



迪思传媒集团旗下千名精英布局全球服务网络



- 迪思传媒集团总部位于北京，并在上海、广州、大湾区、杭州、苏州、武汉、成都、重庆、天津等地设有分支机构。
- 营销服务网络覆盖中国全境，国际展览合作覆盖欧洲、美洲、亚洲以及南非、澳大利亚等地、超过全球70%地区，为客户提供全面及时的专业服务。

1000+

行业精英

迪思传媒发展里程碑

1996年4月18日

迪思在北京成立

D&S (DEMOCRACY & SCIENCE)
寓意用 “民主与科学” 理念管理公司

迪思实现从市场执行

向咨询顾问的角色升级

聚焦整合营销业务，成为客户
的 “MARKETING PARTNER”

迪思创始人黄小川提出

“数字时代的品牌建筑师” 定位

宣告迪思将致力于
用专业服务持续赋能客户品牌建设

迪思发起的

首届中国内容营销高峰论坛

(CCMS) 在北京举办
活动由CIPRA和CAAC指导



迪思传媒发展里程碑

迪思联合中国传媒大学广告学院 成立品牌传播研究中心

双方后续联合推出《中国全球化传播研究报告》《超越品牌——中国自主品牌战略与传播》等研究报告

迪思与新华网签署 战略合作框架协议

宣告双方合力推动视频化、移动化、知识化、智能化转型的数字营销新业态、新模式

迪思提出全链路营销环境下的 “内容+”战略

积极构建触点、数据、内容三大全链路营销核心工程，协同战略合作伙伴昊明数科打造“内容数智化管理平台”

迪思发布 AI MAX 战略 并连续第两年 在PROVOKE全球公关机构 排行榜位居 TOP 24

2017

2018

2019

2020

2021

2022

2023

迪思黄埔精英训练营 首期开营

这是迪思体系化助力业务
中层成长的培训计划

迪思推出原创公益音乐短视频 《相拥在明天》

安慰受疫情影响无法交流沟通与传递情
意的心灵，传递勇气、爱与希望。
“爱不会被隔绝，爱没有被忘记”。

迪思布局元宇宙营销

推出 AUTO MARKETING WEB3.0
营销体系、D&S AUTOVERSE车宇
宙营销解决方案

迪思坚持以“专业立身” 持续为客户提供专业化、多样化、个性化的营销服务

全链路营销			公益营销	整合营销	出海营销	电商营销	电商运营
公关传播		内容营销	ESG传播	AIGC营销	MICE 国内/全球论坛 体育赛事 国际车展 海内外媒体试驾 海内外新品发布会	直播营销	种草营销
品牌公关活动 战略发布会 新闻发布会 公众开放日 公益活动	产品公关活动 新品发布会 试驾会 车友会活动 巡展	媒体活动 媒体座谈会 媒体工作坊 媒体试驾	视频制作 TVC 品牌宣传片 剧情短片 商业短视频 VR短剧 发布会视频秀 纪录片 动画CG 微电影 竖屏创意	元宇宙营销		数字营销	社群营销
				明星/KOL营销		短视频营销	用户运营
品牌战略咨询 品牌诊断与战略定位 品牌形象设计与管理 品牌文化战略 品牌传播策略 品牌焕新与优化升级		领导人声誉管理		体育营销	跨界营销	游戏营销	
		网络声誉管理		娱乐营销	事件营销	B2B营销	
		用户口碑管理		场景营销	智能营销	内容电商	
		危机公关	品牌原创IP	效果营销	私域营销		
社会化营销	数据监测与分析	元宇宙营销	IP营销	品牌设计	信息流投放	社交媒体运营	
			品牌联名	平面制作	抖音投放	体验营销	

迪思积极推动行业发展，并取得行业协会深度认可



中国4A【会员单位】



CAAC-中国商务广告协会
综合代理专业委员会（4A）
【会员单位】
数字营销专业委员会【副理事长单位】
内容营销专业委员会【秘书处】

CPRA-中国公共关系协会
【团体会员单位】

CIPRA-中国国际公共关系协会
【理事单位】
【中国公共关系人才实习基地】

国际公关杂志
【理事单位】



IAEE【会员单位】



IAEE-International Association of Exhibitions and Events 国际展览与项目协会【会员单位】

PRGC-公共关系与全球化传播合作联盟
【常务理事单位】

CAA-中国广告协会
【会员单位】

中国旅游景区协会
【会员单位】

北京广告协会
【会员单位】



迪思在创新技术上持续发力，并先于行业在AIGC领域探索实践，取得多项成果



迪思全栖内容智作生态系统



迪思智能策略洞察系统



迪思智能创意辅助系统



迪思汽车内容智能创作系统



迪思智能绘图系统



迪思SmartPPT智能生成系统



迪思高管积极参与国内外行业活动，输出前瞻策略与观点



2023亚洲广告会议 (AdAsia)



2023釜山国际广告节



第八届全球外交官中国文化之夜



2023全国广告学术研讨会



公共关系与中国企业全球合作发展专题论



第六届智能科学与广告发展学术研讨会



环球人物、南方周末专访



迪思坚持推动营销领域行业交流，已成功主导举办8届中国内容营销高峰论坛



迪思传媒笃信技术与内容共同驱动营销行业进化

紧跟数字营销趋势 推出多个数字营销领域解决方案及战略模型 引领行业发展

AI智链平台

覆盖文、图、音、视、译、策六位一体的全营销领域，助力品牌营销降本增效。

AutoGPT

迪思开发的公关行业首个垂直应用模型，聚焦汽车行业，快速生成专业、个性和风格多样的高质量内容。

AI金牌销售解决方案

通过“AI客服+智慧工牌”，实现销售促进和私域管理，链接客户需求与销售表达，全面提升转化率。

AIGC时代下的全链路营销模型

以TRUST为基础，为品牌建立前链路认知、提升后链路留存转化效率提供新的解决理论支持，为AIGC时代的营销深度赋能

车宇宙营销解决方案

为汽车企业的元宇宙营销提供从前链认知、沉浸式体验到后端转化的全链路元宇宙营销解决方案

迪思率先提出AIGC+时代的全链路营销模型



数据+技术+内容进化, 赋能AIGC+时代的品牌营销创变升级

赋能前链营销：迪思AIGC系列落地实践



迪思 AI 智链平台

全栖内容制作生态系统
全链智能营销辅助系统

AI+AUTOGPT

AI+SmartPPT

AI+文案撰写

AI+创意设计

AI+视频制作

AI+音声互动

AI+智能翻译



AUTOGPT

汽车PR行业首个垂直内容创作模型

更懂汽车行业语言
更新数据实时迭代

更精准

更细分

更高质

文案类型精细化
风格模式场景化

专属品牌特色训练
更符合品牌气质和客户需求



SmartPPT

营销场景化应用产品
全流程智能创作应用模型

自动生成ppt大纲

在线智能编辑

文档秒成PPT

海量模版自由选择

提升后链转化：金牌销售智能营销解决方案



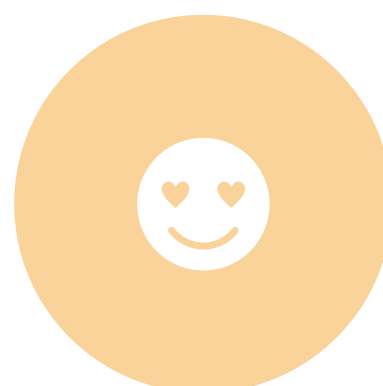
记录

实时记录
销售与用户的对话



分析

基于线上大数据
分析用户真实需求



洞察

深度全面
洞察用户需求



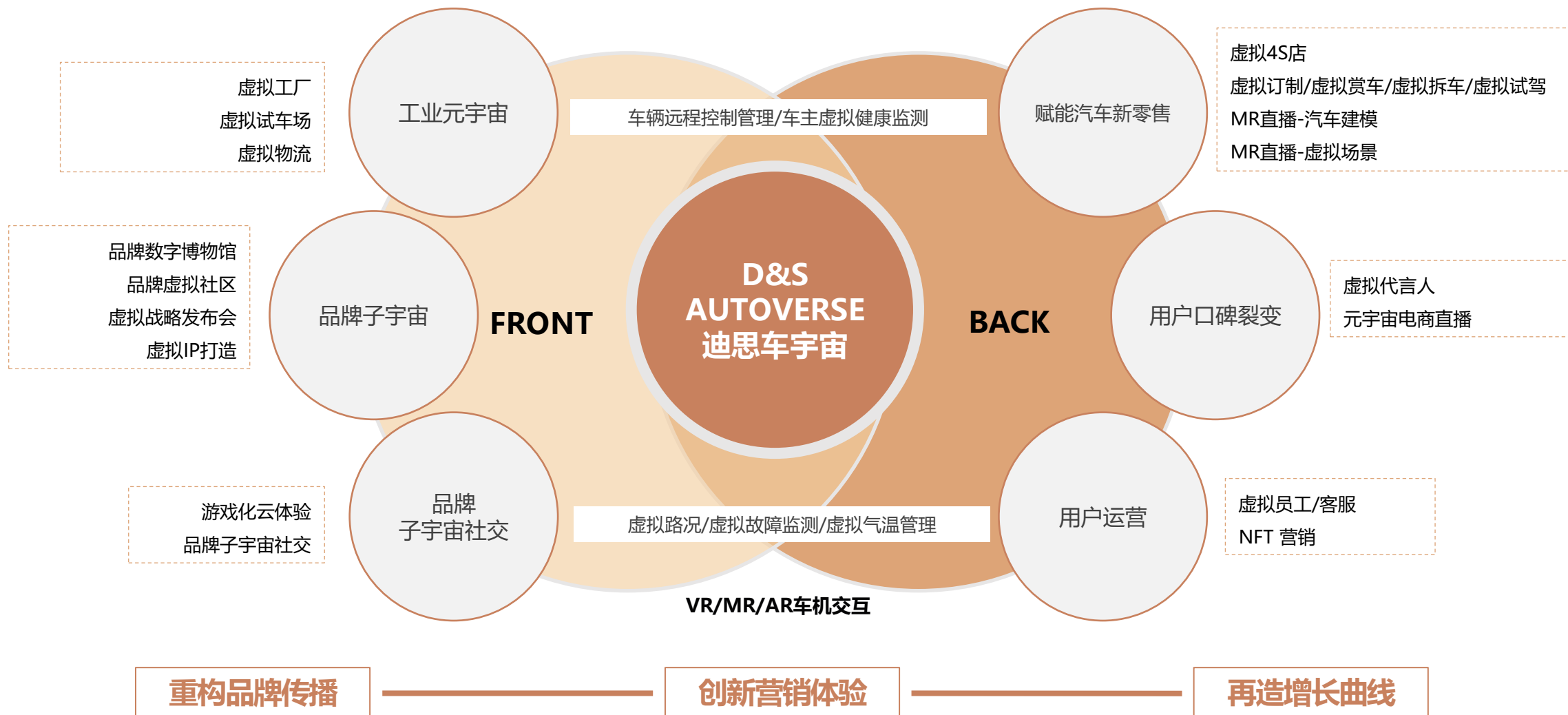
反馈

基于 AI 生成
针对用户痛点的反馈

已广泛应用于汽车等行业，如奇瑞、比亚迪、长城等，提升销售转化率 **5-8%**

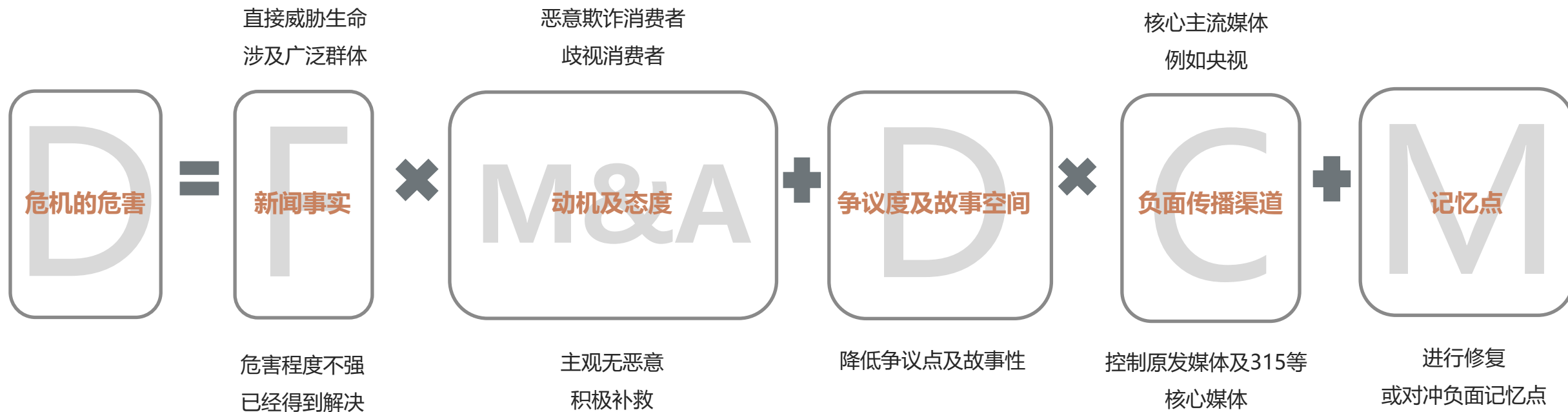


2022年，迪思提出车宇宙营销解决方案，打造汽车品牌增长第三曲线



迪思自研重大危机管控模型3.1广泛应用于多个品牌 减少负面影响

重大危机——公众关注



小众关注——趋于平缓

红旗

 长安汽车
CHANGAN AUTO

 Mazda

 WEY

 上汽集团
SAIC MOTOR

 长城汽车
Great Wall

 Ford


广汽 HONDA


Volkswagen


GEELY AUTO

 智己

东风日产


五菱汽车

LYNK & CO

2023年, 携手

上百个

客户



ISUZU
江西五十铃

屡获行业大奖

SAMSUNG

 HUAWEI

HONOR

VIVO

fotile 方太®

 realme

Haier 海尔

Lenovo

蒙牛

 舍得酒业
SHEDE SPIRITS

 MOUTAI

今麦郎

 水井坊
第一坊酒

CATL 宁德时代

 科大讯飞
IFLYTEK


中信银行
CHINA CITIC BANK

 UnionPay
银联

中国银联
China UnionPay

LANDSEA
朗诗地产

迪思在AIGC、创意、出海、IP等热门营销领域持续发力 携手客户在2023年荣获多个金奖及全场大奖。

AIGC营销：迪思联手茅台、长安启源等知名品牌产出“品牌节点海报”“创意预热视频”等AI主导的创意素材，平均节省80%的人力成本，大幅提升工作效率，赢得客户的高度好评。

公益/ESG营销：迪思联手长安福特、吉利打造的《长安福特共赴昆仑之约》及《吉利汽车集团年度品牌 ESG 营销》项目，不仅为生态环境和野生动物保护贡献了力量，同时也提升了品牌的良好形象，彰显了践行社会公益的品牌社会责任感，为品牌的公益及ESG营销提供了优秀范本。

明星达人营销：为解决长安马自达市场关注度、用户对品牌关注度与信任度均低于市场值的困境，迪思提出携手千面影帝梁家辉，打造“世纪大和解”话题事件营销，并联动全网媒体共创车圈大事件，产生大量优质UGC内容，话题热度持续升温，完成从代言破梗吸引关注到为产品带货出圈增强转化的全链营销，树立明星营销新玩法。

IP/跨界营销：2023年，迪思联手探鱼、广汽本田等品牌与超级植物、悲伤蛙等国内外知名IP展开深度合作，吸引众多品牌“新粉丝”，大幅提升品牌知名度，促进销量的快速增长。

